**Indledning**

Hvervning af nye medlemmer er Rotarys øverste interne prioritet.

At erkende og handle på klubbens unikke behov, vaner, traditioner og ændringer i fællesskabet er med til at skabe en stærk klub.

Ved at involvere alle medlemmer i klubben i udarbejdelse af en hverveplan, fremmes motivation og en bedre sikring af, at planen får ejerskab og bliver implementeret. At udarbejde en hverveplan er en måde hvorpå klubben kan dokumentere klubbens vision, mål og strategier for at udvikle medlemskabet og skabe en stærk klub.

**Vision**

Hvor vil I hen? En vision er et realistisk ønske for, hvor jeres klub skal være om 5 år.

Det er ikke svært at ønske. Det vanskelige ligger i at udarbejde og især følge en plan for at opfylde visionen.

**Evaluering**

Det er vigtigt at tage udgangspunkt i klubben, som den ser ud lige nu.

I kan eventuelt lave en SWOT - analyse, der belyser, hvor klubbens stærke og svage sider er og hvor muligheder og trusler findes.

Du kan også lave en feedback- aften over klubbens DNA.

Det er vigtigt, at klubbens bestyrelse er åben over for at foretage ændringer på baggrund af medlemmernes feedback.

Her er nogle spørgsmål, der kan bruges:

* Er klubbens medlemmer afbalanceret i forhold til erhverv
* Er klubben levedygtig
* Hvorfor bliver medlemmerne i mange år
* Hvorfor forlader medlemmerne klubben
* Er klubben synlig i lokalsamfundet
* Er klubben nyskabende
* Er klubben synlig på de sociale medier
* Hvordan opfattes klubben af ikke Rotary medlemmer
* Er det nemt for en besøgende at finde noget om klubben – prøv det af på en ven, der skal inviteres som gæst
* Kluboplevelse fra en gæst

**Attraktive nye medlemmer**

Ideelle nye medlemmer er personer, der repræsenterer Rotarys værdier, som ønsker at gøre en forskel lokalt og som har et godt omdømme i lokalsamfundet (for at få disse folk ind, skal lokalsamfundet kende Rotary og den lokale Rotary Klubs værdier.

Selv om nogle unge erhvervsfolk ikke har tid, er det vigtigt at engagere dem som frivillige, som foredragsholdere mv. så er de lettere at få ind senere. Husk i særdeleshed på de hjemkomne studenter, deres forældre og værtsfamilier.

Vær opmærksom på, at alle folk er unikke. Indbydelse til at gæste Rotary skal være tilpasset det enkelte potentielle ny medlem.

**Engager de nye medlemmer**

Det er lettere at hverve nye medlemmer end at fastholde dem.

Tænk på de nye medlemmer som kunder. Hvad gør, at de bliver? Det er kendt at engagerede medlemmer er mere tilbøjelige til at blive i klubben. Sørg for at alle nye medlemmer har en bred vifte af muligheder for engagement – småt eller stort afhængig af deres tid.

Forskning viser, at rigelig information holder udmeldelsesraten nede.

Sørg for at alle medlemmer lærer hinanden at kende, at alle ved, hvem hinanden er og hvilket arbejdsliv, de har.

Mentorordninger er et godt tiltag.

**Støtte til klubberne**

Distriktets medlemsudvalg, assisterende guvernører og PR- udvalget er sat i verden for at hjælpe klubberne.

Distriktets medlemsudvalg har udarbejdet nogle hjælpedokumenter, som I er velkommen til at anvende.

God arbejdslyst!

Med venlig hilsen distriktets medlemsudvalg

Lissi Bach Håkansson, formand

**Links:**

SWOT analyse Rotary membership

Klubbens medlemsstrategi - skema

Styrk klubbens medlemskab – skema

Oplevelser med mening [www.rotary.dk/distrcts/distrikt](http://www.rotary.dk/distrcts/distrikt) -1480/documents

Hvorfor Rotary?